Al-Shihab Journal for Humanities
Volume (01), Issue (01), (March, 2026)
ISSN: 5799-2518

مجلة الشهاب للعلوم الانسانية
المجلد (01) العدد 1 مارس 2026
ردمد: 2518-5799

الخدمات الالكترونية المصرفية واثرها على كفاءة الأداء

دراسة ميدانية بمصرف الجمهورية فرع الجميل

طارق الهادى النائلي
المعهد العالي للعلوم والتقنية رقدالين
t.alnaeli@histr.edu.ly
https://orcid.org/0009-0002-3282-4859

تاريخ الاستلام:2026/02/15 –تاريخ المراجعة:2026/03/12– تاريخ القبول: 2026/03/13– تاريخ للنشر 2026/03/27

الملخص:
هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر تطبيق الصيرفة الالكترونية على كفاءة الأداء، وذلك من خلال قياس اتجاهات العاملين وتسجيل أهم ملاحظاتهم كمعيار لتقييم أداء المصرف بعد تطبيق الصيرفة الالكترونية، وأثبتت الدراسة أن الصيرفة الالكترونية له تأثير إيجابي على كفاءة الأداء المصرفي وتظهر هذه الآثار الإيجابية في تحسن مستوى الإنتاجية، وزيادة اهتمام إدارة المصرف بتحسين مستوى الخدمات المقدمة للعملاء، وزيادة الاهتمام بالعنصر البشري.

الكلمات المفتاحية: الصيرفة الالكترونية، الأداء، المصارف، دراسة ميدانية

المقدمة:

استحوذت الخدمة الالكترونية على اهتمام معظم منظمات الأعمال، وخاصة القطاع المصرفي العام منه والخاص على السواء، وتأتي أهمية ذلك في إطار تطوير الجهاز المصرفي وزيادة كفاءة أدائه، ويتمثل هذا التطوير في التحسين المستمر للخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للمصارف في ظل التحديات المعاصرة والمتمثلة بتحرير تجارة الخدمات المالية وأسواق المال، حيث أن الاهتمام بالصيرفه الالكترونية في المصارف العامة أتى من أجل تمكين الإدارة المصرفية لهذه المصارف من توجيه مواردها واستخدامها استخداماً كفؤاً وفقاً لأسس اقتصادية ومالية وفنية سليمة، واتخاذ القرارات الرشيدة المناسبة، لمجابهة المنافسة الشديدة والقوية، واستطاعت الصيرفة الالكترونية خلال السنوات القليلة الماضية أن تقفز بمجمل الجهود والأعمال التسويقية إلى اتجاهات معاصرة تتماشى مع العصر الحالي ومتغيراته، وذلك بالاستعانة بمختلف الأدوات والوسائل المتطورة والتكنولوجيا الحديثة في تنفيذ العمليات والأنشطة المصرفية وتقديم المنتجات وإتمام العمليات التسويقية عبر وسائل متعددة ، يأتي في مقدمتها تسويق الخدمات المصرفية إلى مختلف الأطراف عبر تلك الوسائل.

أولاً: مشكلة الدراسة:

تعد الصيرفة الالكترونية مهمة في تحقيق أهداف المصرف ورفع كفأته، وذلك عن طريق استخدام الانترنيت في التعامل مع كل الإطراف، فضلاً عن الأساليب المختلفة التي تسلكها المصارف التجارية من اجل زيادة رضا العملاء ، كما إن التطور السريع الذي حصل في تنوع الخدمات المصرفية واستخدام شبكة الانترنت لتقديم الخدمات المصرفية يتطلب مهارات فردية من قبل موظفي المصارف حتى يتسنى لهم تحقيق رضا العملاء، وعن كيفية التعامل معهم باستخدام الصيرفة الالكترونية، لذلك تتمثل مشكلة الدراسة في التساؤلات التالية:-

1- هل تؤدي الصيرفة الالكترونية إلى رفع مستوى كفاءة أداء المصرف؟

2- هل تختلف اتجاهات العاملون في المصــــرف نحو تطبيق الصـــيرفة الالكترونية في تســـويق الخدمات المصـــرفية باختلاف خصائصهم الشخصية ؟

ثانياً: فرضيات الدراسة: -

1- لا توجد علاقة بين الصيرفة الالكترونية وبين ارتفاع مستوى كفاءة الأداء المصرفي.

2- لا تختلف اتجاهات العاملين في المصــارف قيد الدراســة نحو تطبيق الصــيرفة الالكترونية في تســويق الخدمات المصرفية باختلاف خصائصهم الشخصية.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

1- محاولة معرفة درجة تأثير الصيرفة الالكترونية على مستوى كفاءة الأداء.

2- التعرف إلى أثر الخصـائص الشـخصـية (السـن، الجنس، التعليم، المهنة، الخبرة) على اتجاهات العاملين نحو أهمية الصيرفة الالكترونية في تسويق الخدمات المصرفية.

رابعاً: أهمية الدراسة:

1- تأتي أهمية هذه الدراسة من خلال تسليط الضو على موضوع الصيرفة الالكترونية بشكل عام، والتركيز على دراسة مدى تأثير تطبيق الصيرفة الالكترونية على كفاءة الأداء المصرفي بشكل خاص.

2- تعد هده الدراسة محاولة من الباحث لإثراء المكتبة الليبية والعربية بمثل هذا النوع من الدراسات.

خامساً: مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في مصرف الجمهورية على مستوى ليبيا ككل، الذي أصبح يتوجه نحو الخدمات الالكترونية ويطبق قليلاً من خدماته عن طريق الصيرفة الالكترونية، ولقد تم أخد عينة متعمدة متمثلة في مصرف الجمهورية فرع الجميل.

سابعاً: حدود الدراسة:

أ- الحدود المكانية : تنحصر الحدود المكانية للدراسة في مصرف الجمهورية فرع الجميل.

ب- الحدود الزمنية : تنحصر الحدود الزمنية في الربع الأخير من عام 2024.

ثامناً: منهجية الدراسة

اعتمدت هذه الدراســة على المنهج التحليلي الاســتنتاجي حيث تمثل ذلك في إجراء التحليل الإحصــائي للبيانات التي تم الحصـول عليها عن طريق استمارة الاستبيان، وذلك بالاعتماد على حزمة البرامج الإحصـائية للعلوم الاجتماعية **spss** من أجل معرفة تأثير تطبيق الصيرفة الالكترونية على كفاءة الأداء المصرفي.

الحادي عشر: الدراسات السابقة:-

1- الدراســة الأولى: دراســة الباحث محمد دخان بعنوان " **الكفاءة الإدارية والتسـويقية للشـبكات الحاسـوبية**" رسـالة ماجسـتير في إدارة الأعمال جامعة حلب 2004 ، هدفت الدراســة إلى التحدث عن الشـبكات من حيث المنشـأ والأهمية والأنواع، وأمن الشبكات، والتسـويق من المنظور الشـبكي، وتوصـلت إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الشبكات الحاسوبية المختلفة تفيد في زيادة كفاءة العمليات التسويقية.

2- الدراســة الثانية: دراســة الباحثان شــفيق حداد، محفوظ جودة بعنوان " **الصــيرفة الالكترونية وأثره على جودة الخدمات المصــرفية** " بحث منشــور جامعة العلوم التطبيقية،الاردن. هدفت الدراســة التعرف على مدى إدراك عملاء المصارف التجارية في الأردن لمفهوم وأهمية الصيرفة الالكترونية، و دور الصيرفة الالكترونية في تعزيز العلاقة بين المصــارف وعملائها، وتوصــلت الدراســة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن هناك تأثير للتســويق الالكتروني على جودة الخدمات المصــرفية و هناك علاقة بين توفر قاعدة معلوماتية للتســويق وجودة الخدمات المصرفية.

3- الدراسة الثالثة: دراسة ريمنت وندى،" **تأثير تكامل التسويق عبر الانترنيت على الأداء التسويقي للتصدير**" مجلة التسـويق الدولي 2002 الإصـدار الرابع الجزء التاسـع وقد أجريت على عينة مكونة من 381 شـركة صـناعية مصـدرة في الولايات المتحدة الامريكية توصـل الباحثان إلى أن اسـتخدام الانترنت في التسـويق يزيد من درجة كفاءة التسـويق في دعم العلاقة مع العملاء وكذلك مع المنافسـين في الشـركات المصـدرة كما كان من أهم نتائج الدراسة أن زيادة درجة كفاءة التسويق عبر الانترنيت تؤدي إلى تحسين الأداء فيما يتعلق بعمليات التصدير.

ومن خلال الإطلاع على الدراسات السابقة يجد الباحث أن أغلب هذه الدراسات لم تعطى اهتماماً كبيراً لدراسة أثر تطبيق الصيرفة الالكترونية من خلال الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء في كفاءة الأداء المصرفي، كما تتميز هذه الدراسة بأنها محاولة لاستكمال ما بدأته الدراسات السابقة وذلك في أنها تستخدم معيارا أخر، من خلال قياس اتجاهات العاملين في مصرف الجمهورية حول تأثير تطبيق الصيرفة الالكترونية على كفاءة الأداء.

يُعد التغير السريع في النشاطات الاقتصادية بالتحول من الاعتماد على النشاطات ذات الكثافة العمالية إلى النشاطات ذات الكثافة الرأسـمالية، والتي أصـبحت سـمة من سـمات هذا العصـر بسـبب ظهور الانترنيت الذي يعد من أهم وسـائل الصيرفة الالكترونية لاعتمادها على التكنولوجيا الرقمية، وشـهدت الصـناعة المصـرفية في الآونة الأخيرة تقدما ملموسا في مجال السـماح لعملاء المصــارف بإجراء العمليات المصــرفية من خلال الانترنيت، ومن المتوقع أن تنتشــر هذه العمليات بشـكل واسـع في الفترة المقبلة خاصـة في ظل التطور المسـتمر في مجال التقنية الخاصـة بالعمليات المصـرفية، ويقصـد بالعمليات المصــرفية الإلكترونية تقديم المصــارف الخدمات المصــرفية التقليدية أو المبتكرة من خلال شــبكات اتصـــال إلكترونية تقتصــر صــلاحية الدخول إليها على المشــاركين فيها وفقا لشــروط العضــوية التي تحددها المصــارف (جنبيهي، محمود، 2005، ص 224).

مفهوم الصــيرفة الالكترونية: يمكن تعريف الصـيرفة الالكترونية بانه عملية الاسـتخدام والتطوير الفعال(وفق رؤية رقمية واضــحة) للموارد التسـويقية الرقمية (الخبرات، المعارف، الأفراد، القواعد، البيانات، العلاقات.....وغيرها) والأدوات المتاحة على الانترنيت من اجل تحقيق ميزة تنافسية في سوق الاعمال الالكتروني(نجم،2004، 325).

كما عُرف الصيرفة الالكترونية بأنه عملية استخدام شبكة الانترنت والتكنولوجيا الرقمية لتحقيق الأهداف التسويقية للشركات وتدعيم المفهوم التســويقي الحديث، وبالتالي يمكن للمســوقين عبر الانترنت أن يقوموا بنشــر المعلومات عن منتجاتهم وشـركاتهم بسـهولة اكبر وحرية اكبر مقارنة بالتسـويق التقليدي، وبالتالي أصـبحت المنافسـة في عصـر الانترنت أقوى واشـد بشكل لا يمكن تصديقه، ولا يمكن التنبؤ به (أبو قحف وآخرون،2006، 427).

وأنطلاقاً مما سـبق نجد أن الصـيرفة الالكترونية هي تكنولوجيا التغير في الخدمة المصـرفية، وذلك لما حدث من تحولات جوهرية في تطبيقات تسويق الخدمات المصرفية والتي يمكن تحديدها فيما يلي:

3- 1- إن عملية التبادل التقليدية تبدأ بالمســوقين وتنتهي بهم حيث يســيطرون على الأمور، أما في عصــر الخدمات المصــــرفية الالكترونية أصــــبح العملاء يحددون المعلومات التي يحتاجونها والعروض التي تســـتجيب لحاجاتهم

ورغباتهم، والأسعار التي تلائمهم.

4- 2- إن المعايير المستخدمة لتقييم أداء الأنشطة التسويقية المصرفية أصبحت تحتل مكانة أعلى في عصر التكنولوجيا المصرفية، حيث أن العملاء من خلال المواقع الإلكترونية يبحثون عن خدمات مصرفية أسرع وأفضل.

5- 3- لم تعد التبادلات التسويقية تدور حول عملية تبادل منفردة ، بل أصبح المسوقون في عصر الإنترنت يعملون باتجاه إشباع الحاجات والرغبات من خلال تقديم حزم سلعية وخدمية متنوعة ذات قيمة مضافة يدركها ويقدرها العملاء.

ومع ضرورة إدخال الحاسوب إلى مختلف مواقع العمل، ووصولاً إلى تقديم خدمات متطورة ومتنوعة، والتسريع في أداء الخدمة بالكفاءة في الإنتاجية وبالترشيد في النفقات، فهنالك أسباب أدت إلى تطبيق الصيرفة الالكترونية من قبل المصارف يتم من خلالها تقديم الخدمات والمنتجات المصرفية للعملاء، وتتمثل تلك الأسباب: أولاً في المنافسة حيث يجب على المصارف أن تأخذ بالحسبان توسيع البنى الهيكلية، ومعرفة كيفية إدارة أسس خدمة العملاء إلكترونياً، وثانياً في تقليل التكاليف حيث أن معدل كلفة الخدمة المصرفية على الشبكة في حالة استخدام الإنترنت يعتبر قليلً مقارنة بكلفة التسويق المادي والحملات الإعلانية، أما السبب الثالث فيكمن في التوسع الجغرافي حيث تُمكن الإنترنت المصارف من التوسع في التسويق وتقديم الخدمات والمنتجات المصرفية لعدد أكبر من العملاء عن طريق الاستفادة من الانتشار الجغرافي الذي توفره (محمود مجدي، 2005، ص8)،

ونظراً للدور الحيوي الذي يقوم به التسويق المصرفي الإلكتروني على مستوى دعم كيان المصرف وبقاه واستمراره، فقد أدركت الإدارة في المصارف أهمية هذا الدور، خاصة مع ما تتصف به الخدمات المصرفية من خصائص تكاد تتفرد بها دون سواها من الخدمات الأخرى، حيث برزت نتيجة لذلك معطيات واعتبارات أثبتت الدراسات والأبحاث أنها تحكم اختيار الفرد للمصرف الذي يتعامل معه(معلا، ناجي، 2007، ص. 6)، وشهدت الصناعة المصرفية في الآونة الأخيرة تقدما ملموسا في مجال السماح لعملائها بإجراء العمليات المصرفية من خلال شبكات الاتصال الإلكترونية، ومن المتوقع أن تنتشر هذه العمليات بشكل واسع في الفترة المقبلة خاصة في ظل التطور المستمر في مجال التقنية الخاصة بالعمليات المصرفية.

مما تقدم نجد أن حاجة المصارف إلى تعميق الولاء مع العملاء ضرورة لا مفر منها، وهذا لا يتحقق إلا من خلال معرفة ما يحتاجه العملاء، وما يقدمه المنافسين لهم، حيث إن الكثير من المصارف تهتم بمعرفة من هم العملاء، ويكون ذلك من خلال مواكبة التكنولوجيا الموجودة في السوق، والعمل على تطوير آلياتها، وتحليل المنافسين وما يقدمونه من خدمات، والتحرر من بعض اللوائح والقرارات، التي تحد من كفاءة تسويق الخدمات الإلكترونية التي تقدمها المصارف لكي تتمكن من تحسين الأداء بكفاءة عالية بشكل يضمن لها البقاء والاستمرار والنمو.

عرض وتحليل البيانات

أولاً: أسلوب وأداة البحث:

اعتمد الباحث على المنهج الميداني الذي جمع بين الوصف والتحليل للبيانات التي تم جمعها ميدانياً، من العينة العمدية البسيطة من مجتمع الدراسة، والمتمثلة في الموظفين العاملين بفرع مصرف الجمهورية في مدينة الجميل، حيث تم مسح شامل لهؤلاء العاملين من مختلف المستويات الوظيفية ، حيث بلغ حجم هذه العينة 30 مفردة.

ومن أجل الحصول على البيانات اللازمة التي تخدم أهداف وفرضيات الدراسة فقد تم تصميم استمارة استبيان أُعدت خصيصاً لذلك، حيث تم تقسيم استمارة الاستبيان إلى ثلاثة أجزاء أو محاور حيث تناول المحور الأول الخصائص الديموغرافية للعينة، أما المحور الثاني فقد تناول دراسة العلاقة بين تطبيق نظام الصيرفة الالكترونية وبين تحسن مستوى كفاءة أداء المصرف بعد الصيرفة الالكترونية ، بينما تناول المحور الثالث تحسن مستوى كفاءة أداء المصرف بعد الصيرفة الالكترونية وبين بعض الصعوبات التي تواجه تطبيق الصيرفة الالكترونية، وقد تم قياس مجموعة البنود الخاصة بكل محور باستخدام مقياس (ليكرت) المتدرج والمكون من خمس درجات هي: (5) موافق تماماً، (4) موافق، (3) محايد، (2) غير موافق، (1) غير موافق على الإطلاق، وبعد ذلك تم توزيع (30) استمارة استبيان، على 30 موظف يمثلون مفردات عينة الدراسة، حيث استرجعت 28 استمارة استبيان من إجمالي عدد الاستمارات الموزعة. وبعد فرز الاستمارات المرجعة وجد أن هناك عدد 26 استمارة استبيان صالحة للتحليل والتي خضعت فعلاً للتحليل أي ما نسبته 87% من العينة الكلية للدراسة والجدول التالي رقم (1) يوضح ذلك.

العاملين بفروع المصرف	عدد استمارات الاستبيان الموزعة	الاستبيانات المرجعة	الاستبيانات المستبعدة	الاستبيانات الخاضعة للتحليل
	30	28	2	26

ولتحليل البيانات المتحصل عليها من خلال استمارة الاستبيان تم الاعتماد على أساليب التحليل الإحصائي، وذلك باستخدام حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية والمعروفة اختصاراً ببرنامج (spss)، ولقد اشتمل التحليل الإحصائي على تطبيق بعض أساليب الإحصاء الوصفي والاستنتاجي التي تتلاءم وطبيعة بيانات الدراسة، حيث تم استخدام بعض مقاييس الإحصاء الوصفي كالتكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري، هذا بالإضافة إلى استخدام اختبار(T) والذي واستخدم لاختبار الدلالة الإحصائية في إثبات الفرضيات التي قامت عليها هذه الدراسة، وكما سبق وذُكر فإن عملية تحليل البيانات على جانبين أساسيين وهما التحليل الوصفي والتحليل الكمي أو الاستنتاجي.

ثانياً: صدق أداة الدراسة وثباتها

لاختبار صدق وثبات أداة البحث فقد تم عرض استمارة الاستبانة على بعض المختصين أو المحكمين في هذا المجال من أجل أخذ ملاحظاتهم حول استمارة الاستبانة ولقد أبدوا موافقتهم عليها مع إعطاء بعض الملاحظات العلمية والخاصة بتعديل وصياغة بعض الفقرات الواردة باستمارة الاستبانة وذلك بما يساهم ويخدم مشكلة الدراسة وفرضياتها ويحقق أهدافها.

وللتعرف على درجة وضوح وفهم البنود الواردة في استمارة الاستبانة من وجهة نظر المبحوثين فقد تم أخذ عينة من المبحوثين بلغت (10) مفردة لهذا الغرض. حيث تم استخراج معامل (كرونباخ ألفا) للاتساق الداخلي والذي وجد أنه يساوي (97.7%) وتعد هذه نسبة ثبات عالية.

حيث كانت متغيرات الدراسة كما هي موضحة في الجدول التالي رقم (2):

ر. م	المتغير	Cronbach's Alpha
1-	اتجاهات العاملين نحو أهمية تطبيق الصيرفة الالكترونية	% 97.9
2-	تأثير الصيرفة الالكترونية على كفاة الأداء	%97.5
3-	المتوسط	%97.7

ثالثاً: التحليل الوصفي للبيانات:

لقد تناول هذا التحليل تقديم وصـــفاً لأهم الخصـــائص الديموغرافية لمفردات عينة الدراســـة وذلك من خلال بيان هذه العناصـــر وعدد تكراراتها والنســـب المئوية لها. ولقد كان من أهم الخصـــائص الديموغرافية التي تناولها هذا التحليل وهي (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الخبرة)، بالإضافة للخصائص الديموغرافية فلقد تناول هذا التحليل تقديم تحليل وصفي للعلاقة بين الصيرفة الالكترونية وتحسن مستوى كفاءة الأداء المصرفي ، وذلك كما هو موضح بالجداول التالية.

جدول رقم (3): يبين التوزيعات التكرارية للمتغيرات الديموغرافية لأفراد العينة.

ر.م	المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية
1-	الجنس	ذكر	20	%80
		أنثى	6	%20
2	العمر	من 20-29	6	%23.3
		من 30-39	10	%38.4
		من 40-49	8	%30.7
		50 فما فوق	2	%7.6
3-	المؤهل العلمي	ثانوية أو دون ذلك	2	%7.6
		دبلوم متوسط	5	%19.2
		دبلوم عالي	6	%23.3
		جامعة وما فوق	13	%49.9
4-	الخبرة	أقل من 5 سنوات	6	%23.3
		من 5الى أقل10 سنوات	14	%53.7
		من 10الى أقل من15 سنة	3	%11.5
		من 15 سنة فأكثر	3	%11.5

تمثل العوامل الديموغرافية أهمية كبيرة في أي دراسة، ولهذا كان من الضروري استعراض أهم هذه العوامل وذلك لإبراز أهم مكونات عينة هذه الدراسة وفيما يلي نستعرض النقاط التالية التي توضح الخصائص الديموغرافية لمفردات عينة الدراسة:

1. بالنسـبة لمتغير الجنس فإن الذكور يشـكلون النسـبة الأكبر من حجم العينة أي ما نسـبته 80% وقد كان عددهم 20 موظفاً، أما البقية الباقية من عينة الدراسة فقد كانوا من الإناث.

2. كانت الســـنوات العمرية لأفراد العينة مختلفة حيث نلاحظ من جدول توزيع للفئات العمرية أن الأكثرية بين هؤلاء العاملين كانت من الذين تتراوح أعمارهم بين 30-39 بنسبة 38%، وتليهم بعد ذلك بنسبة 30% بينما تتوزع البقية الباقية على الفئات العمرية الأخرى.

3. توضـــح النتائج التي تعكس المؤهلات العلمية لمفردات العينة أن هذه المؤهلات كان أغلبها محصـــوراً ما بين مرحلة التعليم العالي والجامعي، حيث كانت هذه المؤهلات العلمية متقاربة مع بعضها البعض من حيث عدد التكرارات.

4. لقد تفاوتت سنوات الخبرة بين مفردات عينة الدراسة حيث بلغت نسبة الخبرة من 5 إلى 10 سنوات 53% وهذا مما يدل على أن هؤلاء العاملين إذا ما استمروا في العمل المصرفي فسوف يلاحظون العديد من التغيرات التي تحدثها الصيرفة الالكترونية على كفاءة الأداء بالمصرف خلال السنوات القادمة، وهذا يرجع إلى أنه ما زال هناك سنوات طويلة أمام هؤلاء للاستمرار في مجال العمل المصرفي. وتصل نسبة العاملين الذين تتراوح فترة خبرتهم بين (11-15 سنة) إلى11 % وتليها نسبة 11% للعاملين الذين تزيد خبرتهم عن 15 سنة، وقد تساعد خبرة هؤلاء العاملين أكثر من غيرهم في تقييم العلاقة بين تطبيق الصيرفة الالكترونية وبين كفاءة أداء المصرف بعد تطبيق الصيرفة الالكترونية، وهذا يرجع إلى أن هؤلاء العاملين لهم القدرة أكثر من غيرهم على تقييم كفاءة أداء المصرف قبل وبعد الصيرفة الالكترونية وذلك من خلال خبرتهم الطويلة في مجال العمل المصرفي.

جدول رقم (4) يوضح نتائج التحليل الوصفي للفرضية الأولى للدراسة والتي تنص على أنه لاتوجد علاقة بين ارتفاع مستوى كفاءة الأداء المصرفي وبين تطبيق الصيرفة الالكترونية.

ر.م	معايير قياس كفاءة أداء المصرف بعد تطبيق الصيرفة الالكترونية	البيان	التكرار	النسبة المئوية
1	تحسين مستوى الخدمات المصرفية كمعيار ويشمل مايلي:			
أ	سرعة إنجاز الأعمال داخل المصرف في الوقت المحدد	موافق بشدة	2	%7.6
		موافق	14	%53.8
		محايد	2	%7.6
		غير موافق	6	%23.4
		غير موافق بشدة	2	%7.6
ب	تخفيض وقت انتظار العملاء، وسرعة إنجاز معاملاتهم.	موافق بشدة	10	%38.4
		موافق	8	%30.6
		محايد	6	%23.4
		غير موافق	2	%7.6
		غير موافق بشدة	-	-
جـ	تقديم خدمات ذات جودة عالية	موافق بشدة	13	%49.9
		موافق	5	%19.5
		محايد	8	%30.6
		غير موافق	-	-
		غير موافق بشدة	-	-
هـ		موافق بشدة	10	%38.4

ر.م	معايير قياس كفاءة أداء المصرف بعد تطبيق الصيرفة الالكترونية	البيان	التكرار	النسبة المئوية
	إضافة عدداً من الخدمات المصرفية الحديثة لم تكن مقدمة قبل تطبيق الصيرفة الالكترونية.	موافق	8	%30.6
		محايد	6	%23.4
		غير موافق	2	%7.6
		غير موافق بشدة	–	–
و	التوسع في الخدمات الدولية.	موافق بشدة	5	%19.5
		موافق	8	%30.6
		محايد	10	%38.4
		غير موافق	–	–
		غير موافق بشدة	3	%11.5
2	معيار تحسن مستوى الإنتاجية ويشمل ما يلي:			
أ	القدرة على خدمة المجموعات المتزايدة من العملاء والمعاملات.	موافق بشدة	2	%7.6
		موافق	14	%53.8
		محايد	2	%7.6
		غير موافق	6	%23.4
		غير موافق بشدة	2	%7.6
ب	تخفيض التكلفة بالنسبة لكل معاملة.	موافق بشدة	10	%38.4
		موافق	8	%30.6
		محايد	6	%23.4
		غير موافق	2	%7.6
		غير موافق بشدة	–	–
ج	الحد من حجم المستندات وتدفقها.	موافق بشدة	13	%49.9
		موافق	5	%19.5
		محايد	8	%30.6
		غير موافق	–	–
		غير موافق بشدة	–	–
د		موافق بشدة	5	%19.5
		موافق	8	%30.6
		محايد	10	%38.4

ر.م	معايير قياس كفاءة أداء المصرف بعد تطبيق الصيرفة الالكترونية	البيان	التكرار	النسبة المئوية
	تخفيض عمليات تسجيل المعاملات	غير موافق	–	–
		غير موافق بشدة	3	%11.5
هـ	الدقة في تسجيل البيانات.	موافق بشدة	2	%7.6
		موافق	14	%53.8
		محايد	2	%7.6
		غير موافق	6	%23.4
		غير موافق بشدة	2	%7.6
و	تخفيض في التكاليف العامة مثل الأفراد والبريد والنماذج وغير ذلك.	موافق بشدة	2	%7.6
		موافق	14	%53.8
		محايد	6	%23.4
		غير موافق	2	%7.6
		غير موافق بشدة	2	%7.6
3	المناخ التنظيمي كمعيار ويشمل الآتي:			
أ	وضوح الإجراءات والقوانين واللوائح التنظيمية المعمول بها.	موافق بشدة	10	%38.4
		موافق	8	%30.6
		محايد	5	%19.5
		غير موافق	–	–
		غير موافق بشدة	3	%11.5
ب	الحد من الأعمال الروتينية وطرق العمل البيروقراطية.	موافق بشدة	2	%7.6
		موافق	14	%53.8
		محايد	2	%7.6
		غير موافق	6	%23.4
		غير موافق بشدة	2	%7.6
ج	إدخال معدات وتجهيزات حديثة ومتطورة في مجال العمل المصرفي.	موافق بشدة	5	%19.2
		موافق	6	%23.3
		محايد	10	%38.2
		غير موافق	5	%19.3

ر.م	معايير قياس كفاءة أداء المصرف بعد تطبيق الصيرفة الالكترونية	البيان	التكرار	النسبة المئوية
		غير موافق بشدة	–	–
د	الحصول على التقارير الإحصائية والمحاسبية بطريقة أكثر سهولة.	موافق بشدة	13	%49.9
		موافق	5	%19.5
		محايد	8	%30.6
		غير موافق	–	–
		غير موافق بشدة	–	–
هـ	تخفيض ظاهرة ازدحام العملاء أمام شباك التعامل بالمصرف.	موافق بشدة	10	%38.4
		موافق	8	%30.6
		محايد	5	%19.5
		غير موافق	–	–
		غير موافق بشدة	3	%11.5

لدراسة علاقة تطبيق الصيرفة الالكترونية مع كفاءة أداء المصرف بعد الصيرفة الالكترونية تم وضع عدة معايير لقياس هذه العلاقة بين الصيرفة الالكترونية وكفاءة الأداء، ولقد كانت نتائج التحليل الوصفي لكل معيار من هذه المعايير بالترتيب كما يلي:

1- تحسن مستوى الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء: لقياس مستوى تحسن الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء بعد تطبيق الصيرفة الالكترونية فقد تم وضع عدة عبارات تتعلق بهذا الموضوع وتشكل مع بعضها مقياساً لهذا المعيار، ولقد كانت نتائج التحليل الوصفي لهذه العبارات كالتالي:

- تبين أن نسبة كبيرة كما هو موضح بالجدول رقم 4 من العاملين الذين يؤكدون على أنه هناك ازدياد في تحسن سرعة إنجاز الأعمال المكتبية داخل المصرف وفي الوقت المحدد ، وهذا مما يشير إلى أن هناك تأثير كبير للصيرفة الالكترونية على تحسين سير الأعمال المكتبية بالمصرف وخاصة فيما يتعلق بعنصر الوقت.
- أظهرت نتائج إجابات أفراد العينة أن للصيرفة الالكترونية تأثير إيجابي وكبير على مستوى الكفاءة بشكل عام وخاصة فيما يتعلق بعنصر الوقت والمتمثل في انخفاض الفترة الزمنية التي كان يقضيها لإنجاز معاملاتهم. حيث أكدت نسبة كبيرة من أفراد العينة على أن وقت الانتظار الذي كان يقضيه العملاء في إنجاز معاملاتهم قد انخفض عن السابق بعد الصيرفة الالكترونية ، وهذا مما ينعكس بشكل عام إيجابياً على كفاءة الأداء لهذا لمصرف.

- أبدت نسبة كبيرة من أفراد العينة أنه هناك تحسن كبير في مستوى جودة الخدمات المقدمة للعملاء بعد الصيرفة الالكترونية، وهذا التحسن يتمثل في المواصفات الجيدة التي تتوفر في نوع الخدمة المصرفية التي يقدمها المصرف لعملائه، وبطبيعة الحال فإن هذا التحسن سوف ينعكس إيجابياً وبشكل عام على مستوى الكفاءة الكلية لأداء المصرف.
- يعتبر تطور نظم المعلومات عامل مساعد على إنجاز المعاملات بالمصرف وهذا من شأنه أن يساعد في تقديم أفضل الخدمات لعملاء المصرف، ولقد أبدت نسبة كبيرة موافقتها على أن الصيرفة الالكترونية تساعد في تطور نظم المعلومات واستمرارية تحديثها، وهذا من شأنه أن يساهم في رفع مستوى الكفاءة لأداء المصرف.
- أكدت نسبة كبيرة من أفراد العينة أن الصيرفة الالكترونية ساهمت وستساهم مستقبلاً في تقديم تشكيلة من الخدمات المصرفية الجديدة التي لم تكن مقدمة في السابق ، وهذا بدوره يعتبر مؤشراً على ارتفاع كفاءة أداء المصرف بعد الصيرفة الالكترونية وخاصة فيما يتعلق بتقديم خدمات مصرفية جديدة ومبتكرة بما يلبي حاجة السوق المصرفي ويُعزز من قدرة المصرف على المنافسة والاستمرارية والتطور.
- يعد دخول المصرف في مجال الخدمات المصرفية الدولية نقطة تحول كبيرة في خروج المصرف من النطاق المحلي إلى النطاق الدولي، والتحول من مصرف محدود الخدمات إلى مصرف شامل يقدم العديد من الخدمات وفي عدد كبير من دول العالم.
- تحسن مستوى الإنتاجية: يعتبر قياس تحسن مستوى الإنتاجية بعد تطبيق الصيرفة الالكترونية من أحد أهم المقاييس التي يمكن بها قياس علاقة التأثير بين الصيرفة الالكترونية وبين ارتفاع مستوى كفاءة الأداء المصرفي، ولهذا الغرض فقد تم تحديد مجموعة معايير لقياس مستوى إنتاجية المصرف بعد تطبيق الصيرفة الالكترونية، وفيما يلي نتائج التحليل الوصفي لهذه المعايير:
- بينت نسبة كبيرة من أفراد العينة موافقتها على أن تطبيق الصيرفة الالكترونية سيساعد على ارتفاع قدرة المصرف على خدمة المجموعات المتزايدة من العملاء والمعاملات، وهذا يرجع إلى أن تطبيق الصيرفة الالكترونية سيؤدي إلى تطوير وتحسن مستوى كفاءة الأداء لدى إدارة المصرف والذي بدوره سيؤدي إلى تقديم أفضل الخدمات المصرفية للعملاء.
- أكدت نسبة كبيرة حسب الجدول رقم 4 موافقتها على أن قدرة المصرف في تخفيض التكلفة بالنسبة لكل معاملة مصرفية سوف تكون أكبر بعد الصيرفة الالكترونية.
- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة من أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن كفاءة إدارة المصرف في التقليل من حجم المستندات وحركتها ستكون أكبر بعد الصيرفة الالكترونية.
- تعد سرعة إنجاز وتسجيل المعاملات مقياس جيد يمكننا بواسطته قياس مستوى كفاءة الأداء ، وفي هذه الدراسة وجد أن نسبة كبيرة من مفردات العينة أبدوا موافقتهم على أنه هناك علاقة بين الصيرفة الالكترونية وانخفاض عدد مرات تسجيل المعاملات المصرفية.
- تبين من نتائج التحليل الوصفي أن أفراد العينة أكدوا موافقتهم على أنه ستكون هناك أكثر دقة ووضوح في تسجيل البيانات والمعلومات المتعلقة بالعمل المصرفي، وهذا من شأنه أن يساهم في زيادة كفاءة وفعالية العمل المصرفي.

- أبدت نسبة كبيرة من حجم العينة موافقتهم على أن الصيرفة الالكترونية المصرف سوف يساعد على أن يكون هناك ترشـــيد أكبر لإدارة المصـــرف في تخفيض التكاليف العامة مثل التكاليف المتعلقة بالأفراد والبريد والنماذج وغير ذلك.

3- المناخ التنظيمي: يحتاج نجاح أي منظمة إلى مجموعة من العوامل المساعدة على ذلك، والمناخ التنظيمي يعتبر أحد أهم هذه العناصر وذلك نظراً لأهميته في توفير الظروف الجيدة والمناسبة لقيام العاملين بأداء الأعمال المكلفين بها بكل كفاءة وفعالية، والمناخ التنظيمي داخل المصرف يعتبر أحد المقاييس الهامة التي تقيس كفاءة أداء المصرف بعد الصيرفة الالكترونية. وفيما يلي مجموعة من العوامل التي تشكل مع بعضها المناخ التنظيمي داخل المصرف، وهذه العوامل هي:

- يعد وضوح الإجراءات والقوانين واللوائح التنظيمية المعمول بها أحد العوامل المكونة للمناخ التنظيمي، ومن خلال إجابات أفراد العينة على استمارة الاستبيان بينت النتائج أن الإجراءات والقوانين واللوائح التنظيمية المعمول بها ستكون أكثر وضوحاً ودقة بعد الصيرفة الالكترونية.

- تمثل البيروقراطية وكثرة الروتين الإداري من سمات القطاع العام، وهذا من شـأنه أن يتعارض مع العصـر الحالي الذي يتميز بالسـرعة، والذي يعد عامل الوقت مورداً أسـاسـياً وعنصـراً مهماً في مجال المال والأعمال، وعلى هذا الأسـاس فإن نسبة كبيرة من العاملين الذين تم إجراء الدراسة عليهم يرون أن تطبيق الصيرفة الالكترونية ساعد على تقليل الوقت الضائع والاتجاه إلى أسلوب العمل اللامركزي.

- هناك إجماع كبير من جميع العاملين على أن الصيرفة الالكترونية تساهم وبشكل كبير في متابعة كل ما هو حديث في مجال تقنيات العمل المصـــرفي ســـواءً كانت هذه التقنيات أجهزة ومعدات أو أســـاليب وطرق عمل في مجال الأعمال المصرفية.

- أظهرت نتائج التحليل الوصفي أن ن أفراد العينة أكدوا على طبيعة سير العمل داخل المصرف بعد الصيرفة الالكترونية تحسـنت وأصـبحت أكثر سـهولة، ويتمثل هذا التحسـن في العديد من العوامل،وخاصــة في طريقة الحصـول على التقارير والميزانيات وغيرها فإن هؤلاء العاملين يرون بأن الصيرفة الالكترونية قد سـاعدت وسـهلت في الحصـول على هذه التقارير سواء الإحصائية أو المحاسبية، وهذا من شأنه أن يساهم في ارتفاع مستوى كفاءة الأداء المصرفي.

- لاحظ العاملين بالمصـرف أنه هناك انخفاض في الازدحام أمام شـباك التعامل بالمصـرف من قبل العملاء بعد الصـيرفة الالكترونية وهذا مما يدل على وجود علاقة تأثير بين الصيرفة الالكترونية وارتفاع مستوى كفاءة الأداء المصرفي.

رابعاً: الاختبار الإحصائي لفرضيات الدراسة:

1- اختبار الفرضـية الأولى للدراسـة والتي تنص على أنه:"لا توجد علاقة بين تطبيق نظام الصـيرفة الالكترونية وبين ارتفاع مستوى كفاءة الأداء المصرفي".

وللتحقق من هذه الفرضية تم استخدام اختبار T وذلك لمعرفة ما إذا كان هناك تأثير للصيرفة الالكترونية على كفاءة أداء المصرف، والجدول رقم (6) يبين نتائج الاختبار الإحصائي للفرضية التالية:

ر.م	معايير قياس كفاءة أداء المصرف بعد تطبيق الصيرفة الالكترونية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى المعنوية	القرار
1-	تحسين مستوى الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.	2.0458	1.03568	5.827-	0.000	**توجد علاقة بين تطبيق الصيرفة الالكترونية وبين ارتفاع كفاءة الأداء**
2-	تحسن مستوى الإنتاجية	2.1417	0.63217	8.587-	0.000	
3-	تحسين المناخ التنظيمي	2.2250	0.8889	5.514-	0.000	
4-	مجموع متوسطات جميع المعايير	2.0865	0.84174	6.863-	0.000	

لمعرفة تأثير تطبيق الصيرفة الالكترونية على كفاءة أداء المصرف قيد الدراسة تم استخدام اختبار "T" وذلك لاختبار معنوية الفروق بين متوسطات العلاقة بين تطبيق نظام الصيرفة الالكترونية وبين ارتفاع مستوى كفاءة الأداء المصرفي وبين المتوسط الحسابي المعتمد في هذه الدراسة وهو (3)، وبعد إجراء هذا الاختيار فقد اتضح أن قيمة "T" المحسوبة كانت أقل من قيمة "T" الجدولية، عند مستوى معنوية (0,05)، وأن مستوى الدلالة أقل من (0.05)، وحيث تفسر هذه النتيجة أنه هناك فروق معنوية ذات دلالة إحصائية، وهذا يؤكد على رفض فرضية العدم وقبول الفرض البديل والذي يؤكد فيه على وجود علاقة بين تطبيق الصيرفة الالكترونية وبين ارتفاع مستوى كفاءة الأداء المصرفي، أي بمعنى آخر أنه هناك تأثير للصيرفة الالكترونية على مستوى كفاءة أداء المصرف بعد استخدامه.

2- اختبار الفرضية الثانية للدراسة:

تنص الفرضية الثانية للدراسة على أنه لا تختلف اتجاهات العاملين في المصارف قيد الدراسة نحو تطبيق الصيرفة الالكترونية في تسويق الخدمات المصرفية باختلاف خصائصهم الشخصية. ولاختبار هذه الفرضية إحصائياً فإنه يتطلب إعادة صياغتها بصورة مُجزأة وذلك وفقاً للخصائص الشخصية لمفردات عينة الدراسة وهي (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الخبرة). بحيث تكون على شكل فرضيات فرعية كما يلي:

1- لا تختلف اتجاهات العاملين نحو تطبيق الصيرفة الالكترونية باختلاف الجنس.

2- لا تختلف اتجاهات العاملين نحو تطبيق الصيرفة الالكترونية باختلاف العمر.

3- لا تختلف اتجاهات العاملين نحو تطبيق الصيرفة الالكترونية باختلاف المستوى التعليمي.

4- لا تختلف اتجاهات العاملين نحو تطبيق الصيرفة الالكترونية باختلاف الخبرة.

أولاً: اختبار الفرضية الفرعية الأولى: لا تختلف اتجاهات العاملين في تطبيق الصيرفة الالكترونية باختلاف الجنس.

ولإجراء الاختبار الإحصائي المناسب لهذه الفرضية فإنه يجب صياغتها في الصورة التالية:

Ho: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات العاملين نحو عوامل المساعدة على تطبيق الصيرفة الالكترونية في تسويق الخدمات المصرفية يعزى للجنس.

H1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات العاملين نحو عوامل المساعدة على تطبيق الصيرفة الالكترونية في تسويق الخدمات المصرفية يعزى للجنس.

ولاختبار الفرضـية الإحصـائية السـابقة تم اسـتخدام اختبار "T" لاختبار مدى وجود علاقة بين متغير الجنس واتجاهات العاملين نحو العوامل المساعدة على تطبيق الصيرفة الالكترونية، والجدول التالي رقم (6) يبين ذلك:

جدول رقم (6) مدى وجود علاقة بين متغير الجنس واتجاهات العاملين نحو العوامل المساعدة على تطبيق الصيرفة الالكترونية

الجنس	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى الدلالة
الذكور	2.833	0.272	0.768	38	0.448
الإناث	2.781	0.260			

ومن خلال النتائج الواردة بالجدول السـابق رقم (6) تبين أنه لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصـائية بين اتجاهات العاملين نحو العوامل المسـاعدة لتسـويق خدمات المصـارف عبر تطبيق الصـيرفة الالكترونية يعزى للجنس، حيث بلغت قيمة T المحسـوبة (0.768) وهي أقل من قيمة T الجدولية، وهي قيمة غير معنوية عند مسـتوى الدلالة 0.05، ودرجة حرية 38، وأن مستوى الدلالة 0.448 أكبر من 0.05 لمستوى الدلالة المعتمد لهذه الدراسـة، وفي ضـوء التحليل السـابق يجد الباحث إلى أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصـائية بين اتجاهات العالمين نحو العوامل المسـاعدة لتسـويق خدمات المصـارف من خلال الصـيرفة الالكترونية وبين متغير الجنس، وعلى هذا فإنه يتم قبول الفرض العدم ورفض الفرض البديل؛ وبالتالي تبين صحة الفرضية الفرعية الأولى.

ثانياً: اختبار الفرضـية الفرعية الثانية: لا تختلف اتجاهات العاملين نحو العوامل المسـاعدة لتسـويق خدمات المصارف عبر تطبيق الصيرفة الالكترونية باختلاف العمر.

ولإجراء الاختبار الإحصائي الذي يتناسب مع هذه الفرضية فإن هذا يتطلب صياغتها في الصورة التالية:

Ho: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصـائية بين اتجاهات العاملين نحو العوامل المسـاعدة لتسـويق خدمات المصـارف عبر تطبيق الصيرفة الالكترونية وبين العمر.

H1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات العاملين نحو عوامل المساعدة لتسويق خدمات المصارف عبر تطبيق الصيرفة الالكترونية وبين العمر.

ولاختبار الفرضية الإحصائية السابقة، تم استخدام تحليل التباين الأحادي لاختبار مدى وجود علاقة بين متغير العمر وبين اتجاهات العاملين نحو العوامل المسـاعدة لتسـويق خدمات المصـارف عبر تطبيق الصـيرفة الالكترونية والجدول التالي رقم (7) يبين ذلك:

جدول رقم (7) مدى وجود علاقة بين متغير العمر واتجاهات العاملين نحو العوامل المساعدة على استخدام التسويق عبر تطبيق الصيرفة الالكترونية

ر.م	المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط الحرية	قيمة F	مستوى المعنوية
1-	بين المجموعات	70.900	3	23.633	0.482	0.697
2-	داخل المجموعات	1766.875	36	49.080		
3-	التباين الكلي	1837.775	39			

من خلال النتائج الواردة بالجدول الســـــابق رقم (7) وجد أنه لا توجد فروق معنوية بين اتجاهات العاملين نحو العوامل المساعدة لتسويق خدمات المصارف عبر تطبيق الصيرفة الالكترونية وبين متغير العمر، حيث بلغت قيمة "F" المحسوبة (0.482) وهي أقل من قيمة "F" الجدولية، وهي قيمة غير معنوية عند مســـــتوى الدلالة 0.05، ودرجة حرية (36)، وأن مستوى الدلالة 0.697 هو أكبر من مستوى الدلالة المعتمد للدراسة والمساوي 0.05، وعلى هذا الأساس نستنتج بأنه لا توجد علاقة بين اتجاهات العاملين نحو العوامل المساعدة لتسويق خدمات المصارف عبر تطبيق الصيرفة الالكترونية يعزى للعمر، ولهذا فإن القرار هنا هو قبول فرض العدم ورفض الفرض البديل، وبالتالي يثبت هنا صحة الفرضية الفرعية الثانية.

ثالثاً: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

تنص هذه الفرضية على: أن اتجاهات العاملين نحو العوامل المساعدة لتسويق خدمات المصارف عبر تطبيق الصيرفة الالكترونية لا تختلف باختلاف المستوى التعليمي.

لقد تم إعادة صياغة هذه الفرضية بشكل يتناسب مع التحليل الإحصائي لها حيث أصبحت صيغتها على الشكل التالي:

Ho: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات العاملين نحو العوامل المساعدة لتسويق خدمات المصارف عبر تطبيق الصيرفة الالكترونية وبين المستوى التعليمي.

H1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات العاملين نحو العوامل المساعدة لتسويق خدمات المصارف عبر تطبيق الصيرفة الالكترونية وبين المستوى التعليمي.

ولاختبار الفرضية الإحصائية السابقة تم استخدام تحليل التباين الأحادي لقياس أثر المستوى التعليمي على اتجاهات العاملين نحو العوامل المساعدة لتسويق خدمات المصارف عبر تطبيق الصيرفة الالكترونية والجدول التالي رقم (8) يبين نتائج هذا التحليل كما يلي:

جدول رقم (8) مدى وجود علاقة بين متغير المستوى التعليمي واتجاهات العاملين نحو العوامل المساعدة على استخدام التسويق عبر تطبيق الصيرفة الالكترونية

ر. م	المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
1-	بين المجموعات	113.038	3	37.679	0.786	0.509
2-	داخل المجموعات	1724.738	36	47.909		
3-	التباين الكلي	1837.775				

من خلال النتائج الســـــابقة والواردة بالجدول رقم (8) تبين أنه لا توجد فروق معنوية بين اتجاهات العاملين نحو العوامل المساعدة لتسويق خدمات المصارف عبر تطبيق الصيرفة الالكترونية وبين متغير المستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة "F" المحســـــوبة 0.786 وهي أقل من قيمة F الجدولية، وهي قيمة غير معنوية عند مســـــتوى الدلالة 0.05، ودرجة حرية (36.3)، وان مستوى الدلالة 0.509 وهو أكبر من مستوى الدلالة المعتمد للدراسة والمساوي 0.05 وعلى هذا الأساس فإن القرار هنا هو قبول الفرض العدم ورفض الفرض البديل، وبالتالي بينت هنا صحة الفرضية الفرعية الثالثة.

رابعاً: الفرضية الفرعية الرابعة:

تنص هذه الفرضية على: أنه لا تختلف اتجاهات العاملين نحو العوامل المساعدة لتسويق خدمات المصارف عبر تطبيق الصيرفة الالكترونية باختلاف الخبرة.

وسيتم إعادة صياغة هذه الفرضية بشكل يتناسب مع الاختبار الإحصائي حيث تصبح هذه الفرضية على الشكل التالي:

Ho: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات العاملين نحو العوامل المساعدة لتسويق خدمات المصارف عبر تطبيق الصيرفة الالكترونية وبين متغير الخبرة.

H1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات العاملين نحو العوامل المساعدة لتسويق خدمات المصارف عبر تطبيق الصيرفة الالكترونية وبين متغير الخبرة، ولإختبار الفرضية الإحصائية السابقة تم استخدام تحليل التباين الأحادي والجدول التالي رقم (9) يبين ذلك:

جدول رقم (9) مدى وجود علاقة بين متغير الخبرة واتجاهات العاملين

ر. م	المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
1-	بين المجموعات	145.275	3	48.425	1.030	0.391
2-	داخل المجموعات	1692.500	36	47.014		
3-	التباين الكلي	1837.775				

ومن خلال النتائج الواردة في الجدول السابق رقم (9) تبين أنه لا توجد فروق معنوية بين اتجاهات العاملين نحو العوامل المساعدة لتسويق خدمات المصارف عبر الانترنت وبين متغير الخبرة حيث بلغت قيمة "F" المحسوبة 1.030 وهي أقل من قيمة F الجدولية، وهي قيمة غير معنوية عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة حرية (36.3)، وأن مستوى الدلالة 0.391 وهو أكبر من مستوى الدلالة المعتمد للدراسة والمساوي 0.05 وعلى هذا الأساس نستنتج بأنه لا توجد علاقة بين اتجاهات العاملين نحو العوامل المساعدة لتسويق خدمات المصارف عبر تطبيق الصيرفة الالكترونية وبين متغير الخبرة، وعلى هذا الأساس فإن القرار هنا هو قبول الفرض العدم ورفض الفرض البديل، وبالتالي ثبتت هنا صحة الفرضية الفرعية الرابعة.

أولاً: النتائج:

1- تبين أن هناك تأثير إيجابي للصيرفة الالكترونية على كفاءة أداء المصرف، ويتمثل هذا التأثير في التحسن الملحوظ في مستوى الخدمات التي يقدمها المصرف لعملائه، وكذلك هناك تحسن في مستوى الإنتاجية، وكان للصيرفة الالكترونية تأثير إيجابي على المناخ التنظيمي داخل المصرف.

2- بعد اختبار الفرضية الثانية إحصائياً تم إثبات صحة هذه الفرضية والتي تنص على أنه لا تختلف اتجاهات العاملين بالمصرف قيد الدراسة نحو تبنى تسويق خدمات المصارف قيد الدراسة عبر تطبيق الصيرفة الالكترونية باختلاف خصائصهم الشخصية.

ثانياً: التوصيات:

1- قيام الإدارة العامة للمصــرف بالتطبيق والتوســع في الصــيرفة الالكترونية لتأثيرها الايجابي على كفاءة أداء الفرع قيد الدراســة واســتخدام الأســاليب العلمية لتقييم هذا الأداء من جهة وتحديد أهم الصــعوبات التي قد تحد دون تطبيق الصــيرفة الالكترونية، لأن هذه الصعوبات سيكون لها تأثير سلبي على كفاءة أداء المصرف.

2- القياس المستمر لاتجاهات العملاء حول الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف وتقييمها المستمر.

المراجع:

المراجع العربية:

1) أبو قحف، عبد السلام وآخرون- التسويق- الإسكندرية (2006)- المكتب الجامعي الحديث.

2) جنبيهي ، منير، وممدوح- البنوك الإلكترونية- الإسكندرية (2005) دار الفكر الجامعي.

3) محمود مجدي- توظيف الصيرفة الالكترونية كأداة للتميز بمنظمات الأعمال- ورقة عمل مقدمة إلى ندوة التجارة الالكترونية السعودية (2005)- جامعة الملك خالد.

4) معلا، ناجي- الأصول العلمية للتسويق المصرفي- عمان (2007)- دائرة المكتبة الوطنية.

5) نجم عبود- الإدارة الالكترونية الاستراتيجية والوظائف- الرياض (2004)- دار المريخ للنشر.

English References

1. Semenova, T., & Churrana, N. (2025). Assessment of the Projects' Prospects in the Economic and Technological Development of the Oil and Gas Complex in the Republic of Mozambique. Resources, 14(7), 106.
2. Ceki, B., & Moloi, T. (2025). Technology adoption and digital transformation by supreme audit institutions: a content analysis study. EDPACS, 1-17.
3. Ben Dalla, L., Medeni, T. M., Agila, A. A., & Medeni, İ. M. (2024). Architectural Synergy: Investigating the Role of Artificial Neural Networks in Enabling Deep Learning. The International Journal of Engineering & Information Technology (IJEIT), 12(1), 96-103.
4. Almubaydeen, T., Alkabbji, R., & Almarzoq, R. N. (2025). The Impact Digital Transformation in Accounting on Financial Information Quality in Jordanian Commercial Banks. In From Machine Learning to Artificial Intelligence: The Modern Machine Intelligence Approach for Financial and Economic Inclusion (pp. 925-938). Cham: Springer Nature Switzerland.
5. Dalla, L. O. F. B. (2020). Systematic Mapping on a metaphorical issue of Technical Debt framework..
6. Rahim, N. K. (2025). Digital Transformation in the Public Sector: Evaluating the Role of Accounting Information Systems in Strategic Decision-Making case Study in KRG. Aran Journal of Language and Humanities, 1(1), 23-1.

7. Ulugbek, Y. (2025). THE ROLE OF INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS (IFRS) IN AUDITING PUBLIC SECTOR COMPANIES. ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING & MANAGEMENT REVIEW ISSN: 2319-2836 Impact Factor: 8.071, 14(05), 70-79.
8. Dalla, L. O. F. B. (2020). The Influence of hospital management framework by the usage of Electronic healthcare record to avoid risk management (Department of Communicable Diseases at Misurata Teaching Hospital: Case study).
9. Igbokwe, C. I., Anikeze, N. H., & Ugwunwangwu, M. G. C. (2025). The role of artificial intelligence (AI) in enhancing administrative accountability and financial reporting in selected public organizations in Enugu State, Nigeria. Newport International Journal of Current Research in Humanities and Social Sciences, 5(2), 54-65.
10. Centorrino, G., Naciti, V., & Rupo, D. (2025). Extending the boundaries of financial reporting in the extractive industries: Insights from bibliometric analysis. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 32(1), 563-579.
11. Dalla, L. O. B., Karal, Ö., & Degirmenciyi, A. (2025). Leveraging LSTM for Adaptive Intrusion Detection in IoT Networks: A Case Study on the RT-IoT2022 Dataset implemented On CPU Computer Device Machine.
12. Ben Dalla, L., MEDENİ, T., MEDENİ, İ., & ULUBAY, M. (2024). Enhancing Healthcare Efficiency at Almasara Hospital: Distributed Data Analysis and Patient Risk Management. Economy: strategy and practice, 19(4).